

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA ALAM
GUNUNG BATU DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
MASYARAKAT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada Desa Srikaton Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan)



SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat
Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh

RIKA OKTAVIANI

NPM. 1651010029

Program Studi Ekonomi Islam

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

1442 H / 2020

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA ALAM
GUNUNG BATU DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
MASYARAKAT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada Desa Srikaton Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan)

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat
Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam



Pembimbing 1 : Dr. H.Nasrudin, M.Ag

Pembimbing II : Fatih Fuadi, S.E.I., M.S.I

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

1442 H / 2020

ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor yang sedang gencar dibicarakan saat ini, Sektor ini sangat menjanjikan dalam hal peningkatan ekonomi bagi pemerintah maupun rakyat. Dengan adanya pengembangan daya tarik objek wisata di dalamnya tentu mampu membuat siapapun akan merasa tertarik untuk berkunjung. Seperti halnya Objek Wisata Alam Gunung Batu yang berada di Desa Srikaton Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan, merupakan salah satu objek wisata yang menawarkan keindahan alam berupa pegunungan bebatuan yang berukuran besar dan unik yang kini sedang berupaya mengembangkan objek wisatanya dan melibatkan masyarakat untuk berkontribusi dalam pengembangan objek wisata guna meningkatkan perekonomian bagi masyarakat setempat

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan objek wisata alam Gunung Batu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat desa sekitar dan bagaimana pandangan Ekonomi Islam mengenai strategi pengembangan objek wisata alam Gunung Batu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat desa sekitar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengkaji strategi pengembangan yang digunakan di objek wisata alam Gunung Batu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar dalam perspektif Ekonomi Islam.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *field research* atau metode penelitian lapangan dan penelitian ini bersifat kuantitatif, yang bertujuan untuk menjelaskan kondisi secara langsung dan berupaya memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada dalam aspek kehidupan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode observasi, wawancara dan kuesioner.

Dari hasil pembahasan diketahui bahwa strategi yang dilakukan oleh pemerintah Desa Srikaton dalam mengembangkan objek wisata alam Gunung Batu diantaranya Peresmian, Promosi, Aktivitas, Aksesibilitas serta Sarana dan Prasarana dapat dikatakan cukup baik, walaupun masih kurang optimal dan harus berupaya lebih dalam pengembangan namun ini adalah langkah awal yang cukup baik setelah peresmian dan dengan adanya pengembangan tersebut telah membuat masyarakat tertarik untuk berkunjung ke Objek wisata alam Gunung Batu dan memberikan dampak kepada perekonomian masyarakat sekitar yang bekerja dan memiliki usaha di lokasi objek wisata. Strategi pengembangan yang dilakukan juga sudah sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam dan sesuai standar yang terkandung dalam Syariah Islam seperti merawat menjaga dan memanfaatkan sumber daya alam dengan baik sesuai dengan syariat Islam.

Kata Kunci: Objek Wisata, Pendapatan Masyarakat dan Ekonomi Islam



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suraimin, Sukaramé, Bandar Lampung (0721) 708260

PERSETUJUAN

Nama : **Rika Oktaviani**
NPM : **1651010029**
Jurusan : **Ekonomi Syariah**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**
Judul Skripsi : **Analisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam
Gunung Batu Dalam Meningkatkan Pendapatan
Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Desa
Srikaton Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten
Lampung Selatan)**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. H. Nasrudin, M.Ag

Fatih Fuadi, S.E.I., M.S.I

NIP. 195808241990031003

NIP. 198512192015031006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Madnasir, S.E., M.S.I

NIP. 197504242002121001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratin, Sukarame, Bandar Lampung (0721) 703260.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA ALAM GUNUNG BATU DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Desa Srikaton Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan)"** disusun oleh: **Rika Oktaviani, NPM: 1651010029** Program Studi **Ekonomi Syariah**, telah diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal: **Senin, 09 November 2020**

TIM MUNAQSAH

Ketua: **Dr. H. Rubhan Masykur, M.Pd**

Sekretaris: **Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I**

Penguji I: **Muhammad Kurniawan, S.E, M.Sy**

Penguji II: **Dr. H. Nasrudin, M.Ag**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I

NIP. 19800801 200312 1 001

MOTTO

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۚ وَإِلَيْهِ الشُّورُ

Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.

(Q.S. Al-Mulk: 15)



PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan dan kekuatan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan dan saya dedikasikan sebagai bentuk ungkapan rasa syukur dan terimakasih saya yang mendalam kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, ayahanda Sunaryo dan Yuliati, terimakasih yang tak terhingga kucurahkan kepada kalian yang telah memberikan kasih sayang, bimbingan, motivasi, dukungan dan tiada henti-hentinya mendoakanku dan menuntun langkahku hingga tercapainya cita-citaku.
2. Adik-adikku dan seluruh keluarga besarku yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan senyuman di setiap langkahku dan mendoakan dengan tulus kepadaku.

RIWAYAT HIDUP

Rika Oktaviani, Lahir di Bandar Lampung, 18 Oktober 1998, merupakan anak pertama dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Sunaryo dan Ibu Yuliati.

Riwayat pendidikan yang telah diselesaikan penulis sebagai berikut:

1. Pendidikan Sekolah Dasar ditempuh di SD Negeri 1 Waylunik Panjang hingga tahun 2007 dan dilanjutkan di SD Negeri 2 Triharjo, Kecamatan Merbau Mataram Lampung Selatan yang diselesaikan pada tahun 2010.
2. Melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama di Madrasah Tsanawiyah (MTs) Al-Ikhlas Kecamatan Tanjung Bintang Lampung Selatan yang diselesaikan pada tahun 2013.
3. Pada tahun 2013 melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Tanjung Bintang Lampung Selatan yang diselesaikan pada tahun 2016.
4. Kemudian pada tahun 2016 melanjutkan pendidikan S-1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Raden Intan Lampung pada prodi Ekonomi Syariah.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohim.

Puji dan syukur penulis persembahkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang serta atas ramhat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Batu Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Desa Srikaton Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan)”**. Shalawat beserta salam kita sanjungagungkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umatnya dari kegelapan menuju jalan yang terang benderang dan semoga kita mendapatkan syafaatnya di hari akhir kelak amin.

Penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan, arahan, bimbingan, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam dalam penulisan skripsi ini, hormat dan terimakasih penulis ucapkan kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Mukri, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.
2. Bapak Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden (UIN) Intan Lampung.

3. Bapak Madnasir, S.E, M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah Universitas Islam Negeri Raden (UIN) Intan Lampung.
4. Bapak Dr. H. Nasrudin M.Ag selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan ikhlas dan sabar dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Fatih Fuadi, S.E.I., M.S.I selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Pegawai dan Staff Perpustakaan Pusat Universitas Islam Negeri Raden (UIN) Intan Lampung.
7. Seluruh dosen, pegawai dan seluruh staff karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden (UIN) Intan Lampung.
8. Kepala Desa Srikaton Bapak Sugiman yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.
9. Seketaris Desa Srikaton Bapak Sumino yang telah membantu memberikan informasi dan data-data terkait penelitain skripsi ini.
10. Ketua POKDARWIS Objek Wisata Alam Gunung Batu Bapak Agung Sutopo yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data-data terkait objek Wisata Alam Gunung Batu.
11. Sekretaris POKDARWIS Ibu Misiah dan seluruh anggota POKDARWIS yang sela membantu saya dalam mengumpulkan dan mendapatkan informasi dalam penulisan srikpsi ini.

12. Masyarakat yang terlibat dalam pengisian kuesioner penelitian dalam skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian skripsi ini masih banyak kekurangan dan tidak sempurna, dikarenakan kemampuan yang penulis miliki dan dana yang tersedia. Untuk itu bagi para pembaca dimohon untuk memberikan saran yang membangun agar dapat memperbaiki skripsi ini. Penulis berharap penelitian skripsi ini dalam bermanfaat bagi kalangan akademis dan masyarakat serta dapat menjadi menyumbangkan ilmu pengetahuan yang bermanfaat khususnya mengenai ilmu Ekonomi Islam dan Kepariwisata. Semoga kita semua senantiasa dalam lindungan Allah SWT. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih sebanyak banyaknya.



Bandar Lampung, 10 September 2020

Penulis

Rika Oktaviani

NPM. 1651010029

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	4
C. Latar Belakang Masalah.....	5
D. Batasan Masalah.....	15
E. Rumusan Masalah	15
F. Tujuan Penelitian	15
G. Manfaat Penelitian	16
H. Metode Penelitian.....	17
BAB II STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA ALAM DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	
A. Strategi	24
B. Pengembangan Objek Wisata	25
C. Pariwisata	30
1. Pengertian Pariwisata	30
2. Objek Wisata.....	31
3. Jenis-jenis Pariwisata	33
4. Pariwisata dalam Perspektif Islam	36
D. Pendapatan Masyarakat.....	40
1. Pengertian Pendapatan	40
2. Macam-macam Pendapatan	43
E. Penelitian Terdahulu	47

BAB III PENYAJIAN DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
1. Sejarah Desa Srikaton	52
2. Visi dan Misi Desa Srikaton	54
3. Demografi	55
4. Kondisi Pemerintahan Desa	57
5. Struktur Organisasi Desa	58
B. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
1. Sejarah Wisata Alam Gunung Batu	59
2. Tujuan, Visi dan Misi POKDARWIS Gunung Batu	60
3. Bentuk dan Fungsi POKDARWIS	62
4. Pengurus POKDARWIS Wisata Alam Gunung Batu	62
C. Faktor-faktor Pendorong dan Penghambat Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Batu	64
1. Fator Yang Mendorong Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Batu	64
2. Fator Yang Menghambat Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Batu	66
D. Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Batu dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat	68
E. Pengaruh Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Batu dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat	71
F. Keadaan Pendapatan Masyarakat yang Bekerja di Objek Wisata Alam Gunung Batu	76
G. Keadaan Mata Pencarian Masyarakat Sebelum dan Sesudah Diresmikannya Objek Wisata Alam Gunung Batu	77
H. Karakteristik Responden	78
I. Hasil Jawaban Kuesioner	78

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Batu dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat	94
B. Analisis Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Batu dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam	112

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	122
B. Saran	123

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Sarana Pendidikan di Desa Srikaton	56
Tabel 3.2 Pendapatan Masyarakat yang Bekerja di Objek Wisata Alam Gunung Batu	77
Tabel 3.3 Mata Pencarian Masyarakat yang Bekerja di Objek Wisata Alam Gunung Batu	77
Tabel 3.4 Karakteristik Responden yang Bekerja di Objek Wisata Alam Gunung Batu	78
Tabel 3.5 Lokasi Objek Wisata Alam Gunung Batu	79
Tabel 3.6 Lokasi Objek Wisata Alam Gunung Batu	80
Tabel 3.7 Promosi di Objek Wisata Alam Gunung Batu	80
Tabel 3.8 Promosi di Objek Wisata Alam Gunung Batu	81
Tabel 3.9 Aksesibilitas di Objek Wisata Alam Gunung Batu	82
Tabel 3.10 Aksesibilitas di Objek Wisata Alam Gunung Batu	82
Tabel 3.11 Sarana dan Prasarana di Objek Wisata Alam Gunung Batu	83
Tabel 3.12 Sarana dan Prasarana di Gunung Batu bagi pemenuhan kebutuhan masyarakat	84
Tabel 3.13 Akomodasi di Objek Wisata Alam Gunung Batu	85
Tabel 3.14 Akomodasi di Objek Wisata Alam Gunung Batu	85
Tabel 3.15 Usia terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat	86
Tabel 3.16 Usia terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat	87
Tabel 3.17 Jam kerja terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat	88
Tabel 3.18 Jam kerja terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat	89
Tabel 3.19 Tingkat Pendidikan terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat	90
Tabel 3.20 Tingkat Pendidikan terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat	90
Tabel 3.21 Jumlah pendapatan terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat	91
Tabel 3.22 Jumlah pendapatan terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat	92
Tabel 4.1 Hasil Kuesioner lokasi Objek Wisata Alam Gunung Batu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat	102

Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Promosi Objek Wisata Alam Gunung Batu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat	103
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Aksesibilitas Objek Wisata Alam Gunung Batu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat.....	105
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Sarana dan Prasarana Objek Wisata Alam Gunung Batu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat.....	106
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Akomodasi Objek Wisata Alam Gunung Batu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat	107
Tabel 4.6 Hasil kuesioner Pendapatan Masyarakat di Objek Wisata Alam Gunung Batu	108



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal dalam penyusunan proposal ini dibutuhkan penggambaran yang jelas guna memudahkan dalam memahami isi proposal ini, maka perlu adanya ulasan terhadap arti dan maksud dari beberapa istilah yang terkait dengan judul proposal ini. Dengan penegasan judul ini diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan. Adapun judul proposal ini yaitu **“Analisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Batu Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Desa Srikaton Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan).”** Dari judul proposal tersebut maka perlu diuraikan pengertian dari istilah-istilah dalam judul tersebut sebagai berikut:

1. Analisis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, analisis adalah “penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya. (sebab-musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya).¹

¹ <http://kbbi.kemendikbud.go.id/analisis> Diakses pada 28 Desember 2019, Pukul 10:00

2. Strategi

Strategi adalah suatu proses perencanaan yang akan dilaksanakan dan mencapai hasil yang maksimal. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*). Menurut John A. Pearce II dan Richard B. Robinson Jr., mendefinisikan strategi sebagai seperangkat keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi dari rencana yang didesain untuk mencapai tujuan.²

3. Pengembangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pengembangan adalah proses, cara dan perbuatan mengembangkan.³

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru.

4. Objek Wisata Alam

Secara konsepsi, wisata alam dapat dilihat sebagai pemanfaatan dan pengembangan pariwisata yang diselenggarakan di wilayah yang terbentuk secara alami yang ditujukan untuk mendukung perlindungan

² John A Pearce II dan Richard B. Robinson Jr., *Strategic Management Formulation, Implementation and Control*, (Irwin McGraw-Hill, 2003)

³ <http://kbbi.kemendikbud.go.id/pengembangan> Diakses pada 28 Desember 2019, Pukul 10:00 WIB

dan konservasi alam dan dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial kepada masyarakat setempat.⁴

5. Pendapatan

Menurut Sukirno, pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan ataupun tahunan.⁵

6. Masyarakat

Masyarakat adalah keseluruhan hubungan-hubungan dalam hidup bersama dan tidak dibatasi oleh lingkungan, bangsa dan sebagainya. Atau dengan kata lain kebulatan dari semua perhubungan dalam hidup masyarakat.⁶

7. Perspektif

Perspektif adalah cara pandang yang muncul akibat kesadaran seseorang terhadap sesuatu yang akan menambah wawasan atau pengetahuan seseorang agar dapat melihat segala sesuatu yang terjadi dengan pandangan yang luas.⁷

8. Ekonomi Islam

Menurut M. Umer Chapra, Ekonomi Islam adalah suatu pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam, tanpa mengekang

⁴ Adib Munawar, Nawir, *Potensi Wisata Alam dalam Kawasan Hutan, Pemanfaatan dan Pengembangan*, (Makassar: Inti Mediatama, 2019), h. 9.

⁵ Purnomo Budi Aryanto, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Masyarakat Nelayan*, (Publikasi Ilmiah Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjung Pinang, 2015), h.6.

⁶ Yulianthi, *Ilmu Sosial Budaya Dasar*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015), h.75.

⁷ Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Seti, 2013), h. 249.

kebebasan individu untuk menciptakan keseimbangan makroekonomi yang berkesinambungan dan ekologi yang berkesinambungan.⁸

B. Alasan Memilih Judul

1. Alasan Objektif

Alasan objektif penulis memilih Objek Wisata Alam Gunung Batu yaitu melihat adanya potensi alam yang indah dan menarik yang baru-baru ini menjadi perhatian masyarakat khususnya Tanjung Bintang dan sekitarnya. Dengan daya tarik alam berupa dataran tinggi seperti pegunungan, Objek Wisata Alam Gunung Batu merupakan sebuah wilayah dataran tinggi dengan banyak hamparan bebatuan besar, yang menawarkan pemandangan alam yang indah dan menarik. Melihat dari potensi alam dan keunggulan yang dimilikinya penulis tertarik untuk meneliti di salah satu objek wisata di Desa Skrikaton Tanjung Bintang yaitu Wisata Alam Gunung Batu yang mana belum lama ini diresmikan oleh pemerintah desa setempat dan sedang ramainya menjadi pembicaraan masyarakat. Dengan potensi yang dimilikinya, untuk menarik minat masyarakat diperlukan adanya perhatian khusus dari pemerintah daerah dan pihak swasta maupun masyarakat setempat untuk mengembangkan potensi alam sehingga pengunjung akan tertarik untuk berkunjung ke objek wisata tersebut yang tentunya hal ini akan berdampak baik bagi ekonomi masyarakat sekitar. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti guna

⁸ Ika Yunia Fauziah, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 7.

mengetahui sejauh apa strategi pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Batu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.

2. Alasan Subjektif

- a. Permasalahan dalam skripsi ini sesuai dengan studi ilmu yang penulis pelajari selama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
- b. Tersedianya referensi dan literatur yang terkait dengan penelitian ini dan tersedianya sumber lain seperti buku ataupun jurnal sehingga penulis optimis dan tertarik untuk melakukan penelitian ini.

C. Latar Belakang Masalah

Kepariwisata di Indonesia akhir-akhir ini berkembang dengan pesat. Hampir seluruh daerah atau provinsi mengembangkan program pariwisata dengan cara menjual atau menawarkan keindahan dan keunikan budaya, serta lingkungan alamnya.⁹ Pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik serta usaha-usaha yang berhubungan dengan pariwisata.¹⁰

Obyek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata. Kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

⁹ Hari Radiawan, *Pengembangan Jaringan Ekonomi Di Kawasan Pariwisata; Studi kasus Di Kawasan Danau Toba, Sumatrera Utara*, (Universitas Michigan: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1997), h. 5.

¹⁰ Adib Munawar, Nawir, *Potensi Wisata Alam dalam Kawasan Hutan, Pemanfaatan dan Pengembangan*, h. 7.

Berdasarkan Undang-undang No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, kebijaksanaan yang digariskan adalah bahwa yang dijadikan objek dan daya tarik wisata berupa keadaan alam, flora, fauna, peninggalan purbakala dan hasil karya manusia, serta peninggalan sejarah, seni dan budaya yang merupakan modal yang besar bagi perkembangan dan peningkatan kepariwisataan di Indonesia.¹¹

Perkembangan sektor pariwisata telah mengalami banyak perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata, dan lain-lain. Pengembangan wisata dalam suatu daerah dapat menjadi daya tarik baru bagi para wisatawan, baik wisatawan asing maupun lokal. Potensi pariwisata di Indonesia yang amat sangat melimpah dapat mengangkat perekonomian negara apabila setiap objeknya dikelola dengan baik oleh pemerintah maupun pihak-pihak disekitar obyek wisata tersebut sehingga banyaknya kunjungan wisatawan akan berpengaruh pada meningkatnya devisa negara.

Sektor pariwisata merupakan salah satu potensi ekonomi kerakyatan yang perlu dikembangkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan daerah. Konsep pariwisata mencakup tentang upaya pemberdayaan, usaha pariwisata, objek dan daya tarik wisata serta berbagai kegiatan dan jenis usaha pariwisata.

¹¹ <http://bphn.co.id> Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata

Sektor pariwisata memberikan kontribusi yang cukup besar untuk Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Pariwisata menyumbang PDB sekitar 4,1% secara langsung dan secara tidak langsung 9%. Sektor pariwisata juga mampu bertahan menghadapi tekanan badai krisis global. Melalui program visit Indonesia Year 2019, sektor pariwisata berhasil menjaring dan mendatangkan wisatawan mancanegara 6,5 juta orang setara devisa USD 7.5 juta.¹²

Perkembangan sektor pariwisata telah mengalami banyak perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata, dan lain-lain. Pengembangan wisata dalam suatu daerah dapat menjadi daya tarik baru bagi para wisatawan, baik wisatawan asing maupun lokal. Potensi pariwisata di Indonesia yang amat sangat melimpah dapat mengangkat perekonomian negara apabila setiap objeknya dikelola dengan baik oleh pemerintah maupun pihak-pihak disekitar obyek wisata tersebut sehingga banyaknya kunjungan wisatawan akan berpengaruh pada meningkatnya devisa negara.

Pengembangan dampak pariwisata ini akan berdampak sangat luas dan signifikan dalam pengembangan ekonomi upaya-upaya pelestarian sumber daya alam dan lingkungan serta akan berdampak terhadap kehidupan sosial budaya masyarakat terutama masyarakat lokal. Pengembangan kawasan wisata mampu memberikan kontribusi terhadap

¹² Ratna Indah Paluvi, Ira, Risfandi, Strategi Pengembangan Wisata Bahari Desa Namu Guna Mendukung Perekonomian Masyarakat Sadar Wisata, *Jurnal Manajemen IKM* Vol. 14, No.1 (2019), h. 9.

pendapatan asli daerah, membuka peluang usaha dan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar objek wisata serta sekaligus berfungsi menjaga kelestarian kekayaan alam dan hayati.

Pengembangan dan pendayagunaan pariwisata secara optimal mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mempertimbangkan hal tersebut maka penanganan yang baik sangat diperlukan dalam upaya pengembangan obyek-obyek wisata di Indonesia. Para pelaku pariwisata mulai melakukan tindakan pengembangan dengan penelitian, observasi terhadap obyek-obyek wisata di Indonesia. Langkah tersebut dilakukan guna mengetahui potensi dan permasalahan yang ada pada setiap obyek untuk kemudian mencari solusinya.¹³

Pengembangan pariwisata sebagai salah satu sektor pembangunan secara umum menjadi relevan jika pengembangan pariwisata itu sesuai dengan potensi daerah. Dengan demikian maka pembangunan pariwisata harus didasarkan pada kriteria keberlanjutan yang artinya bahwa pembangunan dapat didukung secara ekologis dalam jangka panjang sekaligus layak secara ekonomi adil secara etika dan sosial terhadap masyarakat.¹⁴

Dalam hal ini para masyarakat kepariwisataan yang menyadari besarnya potensi kepariwisataan di daerah berusaha menggali,

¹³ Maisarah, Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Temburun di Kabupaten Kepulauan Anambas, *Jurnal Administrasi Publik*, h. 3.

¹⁴ Dadan Mukhsin, Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata Gunung Galunggung (Studi Kasus Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya), *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vol.14 No.1, h. 2.

mengembangkan serta membangun aset obyek dan daya tarik wisata, yang merupakan modal awal untuk bangkitnya kegiatan pariwisata. Keputusan ini harus ditindak lanjuti dengan memikirkan dan mengusahakan serta membenahi potensi obyek dan daya tarik wisata. Pengembangan sektor pariwisata hakekatnya merupakan interaksi antara proses sosial, ekonomi, dan industri. Oleh karena itu, unsur-unsur yang terlibat di dalam proses tersebut mempunyai fungsi masing-masing. Peran masyarakat diharapkan mempunyai andil yang sangat besar dalam proses ini. Untuk itu masyarakat ditempatkan pada posisi memiliki, mengelola, merencanakan dan memutuskan tentang program yang melibatkan kesejahteraannya.¹⁵

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya yang memiliki potensi sangat besar untuk dikembangkan. Kabupaten Lampung Selatan khususnya, memiliki potensi keindahan laut yang cukup luas dan pemandangan alam yang indah. Beberapa tempat wisata di Kabupaten Lampung Selatan antara lain: Panta Merak Belantung, Pantai Sebalang, Pantai Tapak Kera, Tempat Pemandian Air Panas Way Belerang, Pantai Pasir Putih, Air Terjun Way Kalam dan lain-lain. Sektor wisata tersebut dapat menjadi potensi yang besar jika dikembangkan yang akan menjadi sumber pendapatan daerah dan sumber penghasilan masyarakat sekitar.

Tanjung Bintang merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Lampung Selatan dengan luas wilayah 36.707.62 Ha dan beriklim

¹⁵ Maisarah, Strategi Pengebangan Objek Wisata Air Terjun Temburun di Kabupaten Kepulauan Anambas, *Jurnal Administrasi Publik*, h. 3-4.

basah, Tanjung Bintang merupakan daerah yang memiliki dataran sedikit berbukit, daerah yang sebagian besar wilayahnya dimanfaatkan untuk kegiatan perkebunan karet dan sawah yang merupakan sumber mata pencaharian sebagian besar penduduknya.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia selama periode Januari-Juni 2016 mencapai 5,29 juta kunjungan atau naik 5,88% dibandingkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada periode yang sama tahun sebelumnya yang berjumlah 5,00 juta kunjungan. Provinsi Lampung masuk dalam sebelas provinsi yang paling sering dikunjungi oleh para turis. Posisi pertama adalah Bali yaitu 3,7 juta turis kemudian disusul DKI Jakarta, DI Yogyakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, Sumatera Utara, Lampung, Sulawesi Selatan, Sumatera Selatan, Banten dan Sumatera Barat. Sebanyak 59% turis berkunjung ke Indonesia untuk tujuan liburan, 38% untuk berbisnis sementara 3% untuk tujuan lainnya.¹⁶

Taman Wisata Gunung Batu merupakan salah satu objek wisata di Tanjung Bintang yang baru-baru ini menjadi objek wisata yang menjadi perhatian masyarakat sekitar, memiliki potensi alam yang cukup besar dengan dataran tinggi seperti pegunungan dengan terdapat banyak hamparan bebatuan yang ukurannya besar dan unik serta pemandangan alam hijau yang sangat indah. Gunung Batu menjadi tempat masyarakat sekitar dan luar daerah

¹⁶ Selma Purnamasari, *Pengaruh Potensi Ekowisata Bahari Terhadap Perekonomian Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam*, (Skripsi Program Sarjana Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan, Lampung, 2017), h.14.

sebagai destinasi wisata untuk mendapatkan spot foto, liburan dan rekreasi keluarga, dengan adanya potensi tersebut tentu memberikan dampak positif dalam peningkatan minat pengunjung serta meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.

Objek Wisata Gunung Batu sendiri telah ada sejak 10 tahun yang lalu namun baru diresmikan pada 9 September 2019 lalu dikarenakan adanya berbagai macam alasan. Berdasarkan wawancara dengan salah satu pengurus Wisata Alam Gunung Batu yaitu Agung Sutopo sebagai ketua Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) bahwa setelah diresmikan, objek wisata Gunung Batu mendapat cukup perubahan, bekerja sama dengan pemerintah desa mereka melakukan pengembangan objek wisata dengan pembangunan sarana dan prasarana, pembentukan sistem kepengurusan dan lain sebagainya.¹⁷

Dengan diresmikannya Objek Wisata Gunung Batu ini masyarakat yang berkunjung jumlahnya semakin banyak dari sebelum diresmikan. Sebelum diresmikan jumlah pengunjung yang datang hanya sebanyak ratusan pengunjung perbulannya, dan setelah diresmikan jumlah pengunjung semakin meningkat lebih dari 1200 pengunjung perbulan dari sejak diresmikannya pada September 2019 hingga 4 bulan setelahnya.¹⁸

Wisata Gunung Batu memiliki potensi yang cukup besar, namun pada kenyataannya Wisata Alam Gunung Batu kurang mendapatkan

¹⁷ Agung Sutopo, Wawancara dengan Ketua Pokdarwis Wisata Alam Gunung Batu, Tanjung Bintang, Lampung Selatan, 6 Januari 2020.

¹⁸ *Ibid*

perhatian. Pengelolaan yang dilakukan masih kurang optimal, karena dalam pengelolannya hanya dilakukan masyarakat sekitar tempat wisata yang sangat keterbatasannya dalam hal biaya pengembangan sarana dan prasarana serta mempromosikannya,¹⁹ oleh karena itu peran pemerintah daerah setempat sangat dibutuhkan untuk membantu mengembangkan Wisata Alam Gunung batu yang sangat disayangkan jika tidak dimanfaatkan dengan baik potensinya.

Objek wisata ini memiliki hubungan erat dengan wisatawan atau pengunjung sehingga dampak positif yang ditimbulkan oleh objek pariwisata berasal dari jumlah kunjungan wisatawan baik masyarakat sekitar ataupun luar daerah serta investasi yang akan dilakukan oleh industri pariwisata. Pengembangan objek wisata alam ini akan memberikan dampak yang signifikan dalam pengembangan ekonomi masyarakat, pengembangan kawasan wisata alam mampu memberikan kontribusi pada Pendapatan Asli Daerah, membuka peluang usaha dan kesempatan kerja serta menjaga dan melestarikan keindahan dan kekayaan alam. Dengan demikian, pengembangan objek wisata alam harus didasarkan pada kriteria berkelanjutan yang artinya bahwa pengembangan dapat didukung secara ekologi dalam jangka panjang sekaligus layak secara ekonomi yang tidak melanggar norma-norma hukum dan ketentuan-ketentuan Allah SWT. Dalam mengelola dan memanfaatkan alam sebagai wadah serta fasilitas yang disediakan oleh Allah SWT.

¹⁹ *Ibid.*

Islam selalu menyuarakan kepada manusia agar melakukan perjalanan atau berpergian dan menghasilkan kebaikan dan manfaat di dunia dan akhirat. Allah SWT memerintahkan manusia agar melakukan perjalanan yang diiringi dengan memperhatikan dan men-taddabbur apa yang mereka lihat. Jadi bukan hanya sekedar kesenangan yang didapat namun pahala dan juga ganjaran dari Allah SWT. Sebagaimana firman Allah dalam QS Ar-Rum ayat 9 sebagai berikut.

أَوَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ ۚ كَانُوا أَشَدَّ مِنْهُمْ قُوَّةً وَأَثَارُوا الْأَرْضَ وَعَمَرُوهَا أَكْثَرَ مِمَّا عَمَرُوهَا وَجَاءَتْهُمْ رُسُلُهُمْ بِالْبَيِّنَاتِ ۖ فَمَا كَانَ اللَّهُ لِيَظْلِمَهُمْ وَلَكِنْ كَانُوا أَنْفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ ﴿٩﴾

Artinya: “Dan apakah mereka tidak mengadakan perjalanan di muka bumi dan memperhatikan bagaimana akibat (yang diderita) oleh orang-orang sebelum mereka? orang-orang itu adalah lebihkuat dari mereka (sendiri) dan telah mengolah bumi (tanah) serta memakmurkannya lebih banyak dari apa yang telah mereka makmurkan. Dan telah datang kepada mereka rasul-rasul mereka dengan membawa bukti-bukti yang nyata. Maka Allah sekali-kali tidak berlaku zalim kepada mereka, akan tetapi merekalah yang berlaku zalim kepada diri sendiri.”

Serta Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Mulk ayat 15 yang berbunyi:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۚ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Artinya: “Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari

rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”

Dari uraian diatas perlu disadari oleh pemerintah daerah bahwa mengembangkan suatu objek berberan penting mengingat bahwa objek wisata alam Gunung Batu adalah salah satu objek wisata yang memiliki potensi yang sangat besar dalam menumbuhkan pendapatan masyarakat sekitar. Strategi terkait dengan pengembangan objek wisata alam Gunung Batu diharapkan agar dapat lebih berdaya saing dalam menarik wisatawan. Strategi sebagai bentuk upaya yang dilakukan untuk menciptakan dan melestarikan kawasan wisata, sehingga dengan demikian pemerintah daerah setempat dapat mengambil langkah yang strategis dalam pengelolaannya.

Dari uraian di atas maka dapat dipahami bahwa sektor pariwisata sangatlah penting dilakukan mengingat besarnya potensi alam yang telah ada, maka diperlukan peran pemerintah daerah setempat dan masyarakat agar dapat bekerja sama membangun desa wisata yang menarik untuk dikunjungi agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan yang nantinya akan berdampak pada pendapatan ekonomi masyarakat dari adanya usaha di objek pariwisata. Hal tersebutlah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian tuangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul:

“Analisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Batu Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Perspektif Ekonomi

**Islam (Studi pada Desa Srikaton Kecamatan Tanjung Bintang
Kabupaten Lampung Selatan)”.**

D. Batasan Masalah

1. Fokus Penelitian dalam penelitain ini adalah masyarakat Desa Srikaton dan sekitarnya yang bekerja di Wisata Alam Gunung Batu.
2. Batasan Masalah dalam penelitain ini adalah analisis strategi pengembangan objek wisata alam Gunung Batu dalam meningkatkajn pendapatan masyarakat dari perspektif Ekonomi Islam.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi perhatian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Batu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat desa sekitar?
2. Bagaimana pandangan Ekonomi Islam mengenai strategi pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Batu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat desa sekitar?

F. Tujuan Penelitian

Tujuan merupakan sesuatu yang diharapkan dapat tercapai, tujuan yang ingin dicapai dalam penelelitian ini anatar lain sebagi berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan Onjek Wisata Alam Gunung Batu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat desa sekitar.

2. Mengetahui dan menganalisis pandangan Ekonomi Islam mengenai strategi pengembangan Objek Wisata Alam Gunung Batu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat desa sekitar.

G. Manfaat Penelitian

Dengan adanya masalah maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teroritis

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kepariwisataan.
- b. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai pengembangan pariwisata.
- c. Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Ekonomi Islam dalam segi pemasaran khususnya promosi baik secara umum maupun khusus.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti: dapat menambah pengetahuan penulis mengenai strategi promosi dan pengembangan pariwisata serta dapat menerapkan teori yang telah ada.
- b. Bagi akademik: sebagai bahan pengetahuan dan pemikiran tentang Ekonomin Islam mengenai strategi promosi dan pengembangan fasilitas pariwisata.
- c. Bagi masyarakat: memberikan ilmu dan pengetahuan tentang dampak positif yang dihasilkan dari kegiatan usaha pariwisata.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.²⁰ Metode penelitian atau metode ilmiah adalah prosedur atau langkah-langkah dalam mendapatkan pengetahuan ilmiah atau ilmu. Jadi metode penelitian adalah cara sistematis untuk menyusun ilmu pengetahuan. Sedangkan teknik penelitian adalah cara untuk melaksanakan metode penelitian.²¹

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian lapangan atau *field research* yang merujuk pada penelitian yang berusaha menjelaskan kondisi secara langsung dan berupaya memberikan solusi terhadap suatu permasalahan yang ada dalam realistik.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif, yaitu pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci. Penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik, tetapi melalui pengumpulan data analisis.²² Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data guna

²⁰ Yulianto Kadji, *Metode Penelitian Administrasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), h. 3.

²¹ Amelia Zulianti Siregar, *Strategi dan Teknik Penulisan Karya Ilmiah dan Publikasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 34.

²² Ali Anggito dan Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Sikabumi: CV Jejak, 2018), h. 8-9.

menganalisis dan menggambarkan tentang strategi promosi dan pengembangan fasilitas Wisata Alam Gunung Batu dalam meningkatkan minat pengunjung.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan kegiatan Wisata Alam Gunung Batu yang telah ditetapkan sebagai responden dan dengan dibantu daftar pertanyaan (kuesioner) kepada para pengunjung.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh instansi diluar dari penelitian sendiri, walaupun yang dikumpulkan ini sesungguhnya adalah data asli.²³

Data sekunder meliputi data yang didapatkan melalui perpustakaan, data statistik online atau dari penelitian-penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini data sekunder meliputi data jumlah

²³ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 57.

pengunjung yang datang dalam kurun waktu tertentu dan data penunjang lainnya.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulan. Menurut Moh. Nazir, populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas dan ciri-ciri yang telah ditetapkan.²⁴ Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah masyarakat Desa Srikaton yang bekerja dan masih berperan aktif di objek wisata Gunung Batu sampai saat ini sebanyak 18 orang diantaranya 9 orang pedangang, 4 orang juru parkir dan keamanan serta 4 orang penjafga kloket atau spot foto.

Sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiono, 1999:57). Sampel adalah objek dari populasi yang. Dan sebagai perkiraan apabila subjeknya kurang dari 100 maka dapat diambil semua penelitiannya sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika subyeknya besar maka dapat diambil 10-15% atau 20-25%. Jadi populasi dalam penelitian ini berjumlah kurang dari 100, maka sampel yang diambil adalah seluruh populasi tersebut, dengan demikian penelitian ini merupakan penelitian populasi dengan sampel sebanyak 18.

²⁴ Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 60.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam melakukan penelitian. Sebelum dilakukan pengumpulan data, seorang peneliti harus terlebih dahulu mengumpulkan cara pengumpulan data yang akan digunakan. (Buku). Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Sutrisno Hadi (1986), observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis. Teknik observasi ilmiah adalah kegiatan mengamati dan mencermati serta melakukan pencatatan data atau informasi yang sesuai dengan konteks penelitian. Teknik pengumpulan data dengan observasi dilakukan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.²⁵ Adapun yang menjadi obyek observasi dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis peranan strategi promosi dan pengembangan Wisata Alam Gunung Batu dalam meningkatkan minat pengunjung.

b. Wawancara

Teknik wawancara atau interview adalah teknik pencarian data atau informasi mendalam yang diajukan kepada

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 145.

responden/informan dalam bentuk pertanyaan susulan setelah teknik angket dalam bentuk lisan.²⁶ Wawancara dilakukan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.²⁷ Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara langsung kepada pengelola Objek Wisata Alm Gunung Batu yaitu ketua POKDARWIS Bapak Agung Sutopo, serta Sekretaris Desa Srikaton (sekdes) Bapak Sumino.

c. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.²⁸

79. ²⁶ Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, h.

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h. 137.

²⁸ *Ibid*, h. 142.

5. Penyajian Data

Setelah sumber mengenai data dikumpulkn berdasarkan sumber diatas, maka langkah selanjutnya adalah pengolahan data yang diproses sesuai dengan kode etik penelitian dengan cara pemeriksaan data(editing).

Pemeriksaan data (editing) adalah pengecekan dan pengkoreksian data yang telah terkumpul, tujuannya untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi.

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data yang telah diperoleh yaitu

a. Reduksi Data

Pada langkah ini proses yang dilakukan adalah menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstrakkan dan memindahkan data mentah yang diperoleh terkait masalah yang diteliti, untuk kemudian hasilnya dirangkum guna menemukan data penting yang dapat mengungkapkan permasalahan yang diteliti.²⁹

b. Penyajian Data

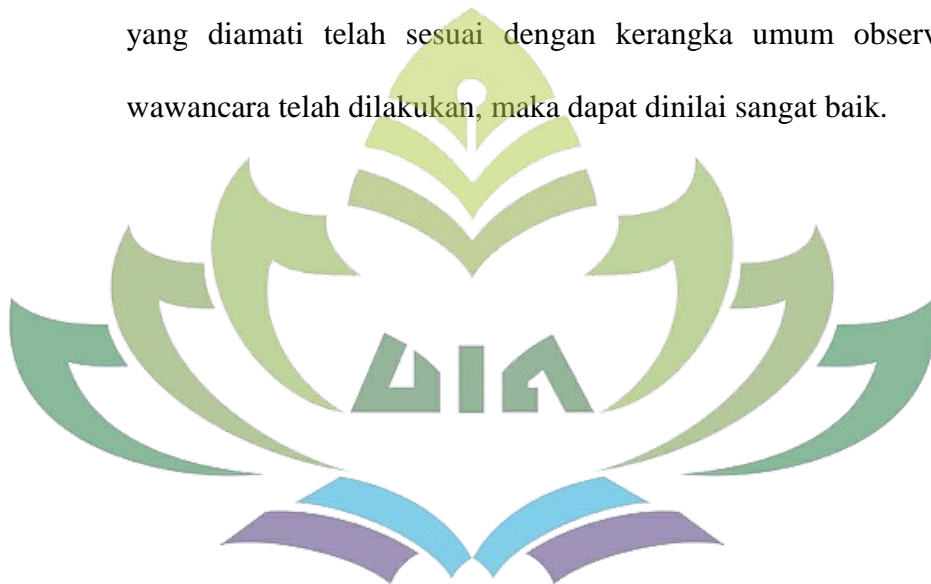
Yaitu langkah yang menampilkan data yang diperoleh dari hasil reduksi data yang telah dilakukan sebelumnya, untuk kemudian data dihimpun dan diorganisasikan berdasarkan fokus masalah yang diteliti, sehingga menjadi suatu penjelasan yang bermakna.³⁰

²⁹ Suharsini Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 205.

³⁰ Maman Rachman, *Strategi dan Langkah- Langkah Penelitian*, (Semarang: IKIP Semarang Press, 2011), h.210.

c. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Pada langkah ini, yang dilakukan adalah mensinkronkan data dengan teori yang ada. Data yang diperoleh diverifikasi dengan data yang lain sehingga ditemukan satu kesalahpahaman tentang suatu objek yang diobservasi. Untuk mendapatkan keakurasian data, maka dilakukan pengujian data silang. Sedangkan untuk penarikan kesimpulan, parameter yang dijadikan acuan adalah apabila semua data yang diamati telah sesuai dengan kerangka umum observasi dan wawancara telah dilakukan, maka dapat dinilai sangat baik.



BAB II

STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA ALAM DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

A. Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategia* (“*stratos*” yang berarti militer dan “*ag*” yang berarti memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal.³¹ Strategi adalah suatu proses perencanaan yang akan dilaksanakan dan mencapai hasil yang maksimal. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*).

Menurut Stephanie K. Marrus, seperti yang dikutip oleh Sukristo, strategi didefinisikan sebagai suatu penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selain definisi-definisi strategi yang sifatnya umum, ada juga yang lebih khusus, misalnya dua pakar strategi, Hamel dan Prahalad, berpendapat bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian,

³¹ Onay Fitriana Sitorus, Novelia Utami, *Buku Ajar, Strategi Promosi Pemasaran*, h. 4.

strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.³²

Menurut John A. Pearce II dan Richard B. Robinson Jr., mendefinisikan strategi sebagai seperangkat keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi dari rencana yang didesain untuk mencapai tujuan.³³ Nanang Fattah, mendefinisikan strategi sebagai integrasi dan koordinasi seperangkat tindakan yang diambil untuk mengeksploitasi kompetensi inti dan memperkuat keunggulan kompetitif.

Dari deskripsi konseptual strategi berdasarkan para pakar tersebut, maka sintesis strategi merupakan rencana jangka panjang yang disusun oleh suatu perusahaan dengan memaksimalkan sumber daya agar tercapainya tujuan akhir perusahaan. Suatu organisasi atau perusahaan perlu menyusun strategi untuk pengembangan perusahaannya agar mampu terus bertahan dan berkembang dimasa yang akan datang.³⁴

B. Pengembangan Objek Wisata

Menurut Nuryanti, pada dasarnya pengembangan pariwisata adalah suatu proses yang berkesinambungan untuk melakukan matcing and adjustment yang terus menerus antara sisi supply dan demand kepariwisataan

³² Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 31.

³³ John A Pearce II dan Richard B. Robinson Jr., *Strategic Management Formulation, Implementation and Control*, (Irwin McGraw-Hill, 2003)

³⁴ Onay Fitriana Sitorus, Novelia Utami, *Buku Ajar, Strategi Promosi Pemasaran*, h. 6.

yang tersedia untuk mencapai misi yang telah ditentukan.³⁵ Sebuah objek wisata akan melakukan pengembangan wisata jika sebelumnya sudah ada aktivitas wisata. Dalam meningkatkan potensi pariwisatanya, hal yang perlu dilakukan adalah merencanakan pengembangan wisata agar dapat lebih baik dari sebelumnya. Tiga prinsip utama dalam pariwisata berkelanjutan adalah:

Heri Tjahjono, Analisis Potensi dan Masalah Pariwisata

1. Ecology Sustainability, yakni memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan sesuai dengan proses ekologi, biologi, dan keragaman sumberdaya ekologi yang ada.
2. Social and Cultural Sustainability, yakni memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat sekitar dan sesuai dengan kebudayaan serta nilai-nilai yang berlaku pada masyarakat tersebut.
3. Economic Sustainability, yaitu memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan efisien secara ekonomi dan bahwa sumberdaya yang digunakan dapat bertahan bagi kebutuhan di masa mendatang.³⁶

Pengembangan pariwisata bertujuan memberikan keuntungan bagi wisatawan maupun warga setempat. Basis pengembangan pariwisata adalah potensi sumber daya keragaman budaya, seni, dan alam. Pengembangan sumber daya tersebut dikelola melalui pendekatan peningkatan nilai tambah sumber daya secara terpadu antara pengembangan produk pariwisata dan

³⁵ Heri Tjahjono, *Analisis Potensi dan Masalah Pariwisata di Kelurahan Kandri*, Jurnal Forum Ilmu Sosial, Vol. 37, No 2 Desember 2010, h. 162.

³⁶ Marceilla Hidayat, *Strategi Perencanaan Pengembangan Objek Wisata*, Tourism and Hospitality Essentials (THE) journal, Vol. 1, No. 1, 201, h. 37.

pengembangan pemasaran pariwisata melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat lokal dalam rangka pengembangan pariwisata.

Menurut Spillance, yaitu perkembangan pariwisata yang sangat pesat dapat menimbulkan berbagai dampak. Secara umum dampak yang ditimbulkan adalah dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif dari pengembangan pariwisata meliputi:

1. Memperluas lapangan kerja
2. Bertambahnya kesempatan kerja
3. Meningkatkan pendapatan
4. Terpeliharanya kebudayaan setempat
5. Dikenalnya kebudayaan setempat oleh wisatawan.

Sedangkan dampak negatif dari pariwisata tersebut akan menyebabkan;

1. Terjadinya tekanan tambahan penduduk akibat pendatang baru dari luar daerah
2. Timbulnya komersialisasi
3. Berkembangnya pola hidup konsumtif
4. Terganggunya lingkungan
5. Semakin terbatasnya lahan pertanian
6. Pencemaran budaya
7. Dan terdesaknya masyarakat setempat³⁷

³⁷ Cory Cornelia, Ima Amaliah, Aan Julia, "Dampak Taman Wisata Perairan (TWP) terhadap Kegiatan Ekonomi dan Sosial Masyarakat di Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara". Jurnal Ilmu Ekonomi Vol. 2 No. 1 Tahun 2016, h. 46

Berikut merupakan indikator-indikator dalam Pengembangan Pariwisata

a. Lokasi Pariwisata

Daerah pusat wisata adalah kawasan yang memiliki nilai pariwisata atau memiliki potensi untuk mengembangkan atraksi, akomodasi, aksesibilitas, kenyamanan dan kegiatan wisata. Lokasi pariwisata adalah lokasi yang telah ditetapkan sebagai zona dengan fungsi pembangunan pariwisata dan memiliki kualitas serta atribut yang sesuai untuk dikembangkan sebagai kawasan dengan kawasan pariwisata.³⁸

b. Promosi Pariwisata

Menurut Muslichah promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. promosi merupakan aktivitas pemasaran memperkenalkan atau menginformasikan barang supaya konsumen tertarik untuk melakukan kegiatan pembelian.³⁹

Sama halnya dengan bisnis pada umumnya, dalam industri pariwisata juga memerlukan adanya promosi, ini dilakukan untuk menarik masyarakat untuk berkunjung ke destinasi wisata tertentu.

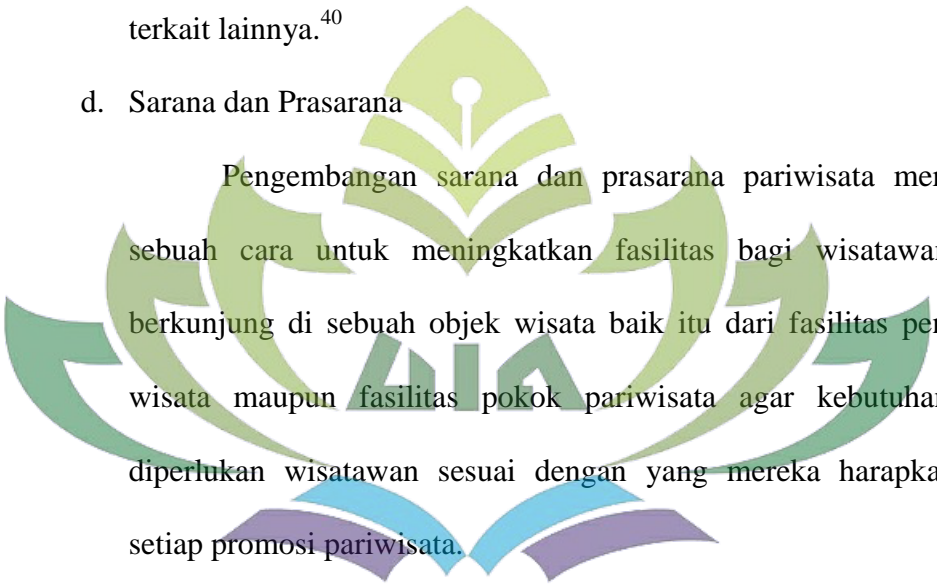
³⁸ Lasmini Ambarwati, et. al. *Pejalan Kaki: Riwayatmu Dulu dan Kini* (Malang: UB Press, 2018), h. 102.

³⁹ Onny Fitriana Sitorus, Novelia Utami, *Buku Ajar: Strategi Promosi Pemasaran* (Jakarta: UHAMKA, 2017), h. 9.

c. Aksesibilitas

Aksesibilitas wisata dalam hal ini adalah segenap sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan pariwisata terkait. Aksesibilitas tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan untuk mencapai sebuah tempat wisata atau destinasi tertentu, akan tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda petunjuk arah menuju wisata dan perangkat terkait lainnya.⁴⁰

d. Sarana dan Prasarana



Pengembangan sarana dan prasarana pariwisata merupakan sebuah cara untuk meningkatkan fasilitas bagi wisatawan yang berkunjung di sebuah objek wisata baik itu dari fasilitas penunjang wisata maupun fasilitas pokok pariwisata agar kebutuhan yang diperlukan wisatawan sesuai dengan yang mereka harapkan pada setiap promosi pariwisata.

Sarana dan prasarana perlu dibenahi terlebih dahulu sebelum meruntut pada lain yang juga penting seperti misalnya promosi, pengembangan daya tarik, pelaksanaan event untuk menarik minat dan antusias masyarakat. Maka sarana dan prasarana yang menaungi itu semua harus dilakukan terlebih dahulu, hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Yoeti, yakni sebelum suatu daerah tujuan

⁴⁰ Bambang Supriyadi, Nanny Roedjinandari. *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata* (Malang: Universitas Negeri Malang, 2017), h.53.

wisata melakukan promosi pariwisata, maka yang perlu dipersiapkan terlebih dahulu adalah sarana dan prasarana wisata yang memadai.⁴¹

e. Akomodasi

Akomodasi merupakan penyediaan jasa dalam bentuk hotel dan penginapan serta menyajikan fasilitas lainnya yang bersifat komersil, seperti rumah makan dan lain sebagainya.⁴²

C. Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Istilah pariwisata (*tourism*) baru muncul di masyarakat kira-kira pada abad ke-18, khususnya sesudah revolusi industri di Inggris. Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata (*tour*), yaitu suatu kegiatan perubahan tempat tinggal sementara dari seseorang, di luar tempat tinggal sehari-hari dengan suatu alasan apapun selain melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji.⁴³

Menurut arti katanya, pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri dari dua kata “pari” berarti penuh, penuh, seluruh atau semua dan kata “wisata” yang bermakna perjalanan.⁴⁴ Menurut Undang-undang No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan, “pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha objek

⁴¹Eren Dea Ajeng, et. al. *Pengembangan Objek Pariwisata Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Ekonomim Lokal (Studi Kasus Objek Wisata Banyu Biru di Kabupaten Pasuruan)* Jurnal Administrasi Publik (JAP) Vol. 3, No.1 h. 91.

⁴²Fitria Charli Wiseza, Faktor-faktor yang Mendukung Pengembangan Obyek Wisata Bukti Khayangan di Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi, Jurnal Nur El-Islam, Vol. 4, No 1, (April 2017), h. 102.

⁴³A.J. Muljadi, *Kepariwisataaan dan Perjalanan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 7.

⁴⁴I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*, (Yogyakarta: ANDI, 2017), h. 1.

dan daya tarik wisata serta usaha-usaha terkait di bidang lain”. Sedangkan pengertian pariwisata menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung dengan fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah (Bab 1, Pasal 1, Ayat 3).⁴⁵

Sementara menurut Spillane, pariwisata adalah suatu jasa dan pelayanan. Berdasarkan Undang-Undang No. 9 tahun 1990, usaha pariwisata dibagi menjadi tiga kelompok utama, yaitu usaha jasa pariwisata, pengusahaan objek dan daya tarik wisata dan usaha sarana pariwisata. Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain terkait di bidang tersebut.⁴⁶

2. Objek Wisata

Dirtektorat Konservasi dan Pelestarian Alam, mengasumsikan bahwa objek wisata adalah panduan ke daerah dan segala isinya serta aspek eksploitasi yang meliputi pemeliharaan dan pengawasan Kawasan wisata. Objek wisata yang memiliki yang memiliki unsur fisik berupa tanaman, hewan, geomorfologi, tanah, air, udara dan sebagainya dan

⁴⁵ A.J. Muljadi, *Kepariwisataaan dan Perjalanan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 9.

⁴⁶ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*, h. 2.

atribut lingkungan yang menurut anggapan manusia memiliki nilai tertentu seperti keindahan, keunikan, kelangkaan, keragaman.⁴⁷

Obyek wisata atau tempat wisata adalah sebuah tempat rekreasi atau tempat berwisata. Obyek wisata dapat berupa obyek wisata alam seperti gunung, danau, sungai, panatai, laut, atau berupa obyek wisata bangunan seperti museum, benteng, situs peninggalan sejarah, dan lain-lain.

Menurut UU RI No 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, dinyatakan bahwa obyek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata baik itu pembangunan obyek dan daya tarik wisata, yang dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola dan membuat obyek-obyek baru sebagai obyek dan daya tarik wisata.

Dalam undang-undang di atas, yang termasuk obyek dan daya tarik wisata terdiri dari:

- a. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti : pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta binatang binatang langka.
- b. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya,

⁴⁷ Bambang Supriadi, Nanny Roedjinandari, *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*, (Malang: Universitas Negeri Malang, 2017), h. 151.

pertanian (wisata agro), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan lainnya.

- c. Sasaran wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat ziarah, dan lain-lain.
- d. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Obyek Wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Menurut SK. MENPARPOSTEL No.: KM. 98 / PW.102 / MPPT-87, Obyek Wisata adalah semua tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Obyek wisata dapat berupa wisata alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, laut, atau berupa objek bangunan seperti museum, benteng, situs peninggalan sejarah, dan lain-lain.

3. Jenis-Jenis Pariwisata

Berdasarkan motifnya, pariwisata dibagi enam macam sebagai berikut:⁴⁸

- a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)

⁴⁸ James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1991) h. 28.

- b. Pariwisata untuk berkreasi (*Recreation Tourism*)
- c. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)
- d. Pariwisata untuk olahraga (*Sports Tourism*)
- e. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*)
- f. Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*).⁴⁹

Sedangkan berdasarkan jenisnya pariwisata dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) Wisata Alam, yang terdiri dari:
 - a) Wisata Pantai (*Marine Tourism*), merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
 - b) Wisata Etnik (*Etnic Tourism*), merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
 - c) Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*), merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara dipegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat ditempat-tempat lain.
 - d) Wisata Buru, merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang

⁴⁹ James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*, h. 28-31.

dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.

- e) Wisata Agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan lading pembibitan dimana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk studi maupun menikmati segarnya tanaman disekitarnya.

2) Wisata Sosial-Budaya, yang terdiri dari:

- a) Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monument, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, Gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti tempat bekas pertempuran (*battle fields*) yang merupakan daya tarik wisata utama dibanyak negara.
- b) Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan disuatu Kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan pada temanya, antara lain museum arkeologi, sejarah, etnologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun dengan tema khusus lainnya.⁵⁰

⁵⁰ M. Liga Suryadana dan Vanny Octavia, *Pengantar Pemasaran Pariwisata*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 32.

4. Pariwisata dalam Perspektif Islam

Pariwisata dikenal dalam istilah bahasa arab dengan kata “*Al-Siyahah, Al-Rihlah, dan al-Safar*” atau dalam bahasa Inggris dengan istilah “*tourism*”, secara definisi berarti suatu aktivitas atau kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri ataupun negara lain dengan menggunakan kemudahan jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pihak pemerintah maupun masyarakat dalam rangka memenuhi keinginan wisatawan (pengunjung) dengan tujuan tertentu.⁵¹

Dalam kehidupan manusia di dunia ini, Islam selalu menyerukan agar manusia dalam bepergian dan bergerak menghasilkan kebaikan dunia dan akhirat. Hal ini diungkapkan dalam Al-Qur'an dengan menggunakan bentuk amr (perintah). Allah SWT menyerukan kepada manusia agar melakukan perjalanan yang diiringi dengan memperhatikan dan menadabbur apa yang mereka lihat tersebut. Sebagaimana Allah berfirman dalam QS. Al-Ankabut ayat 20 yang berbunyi:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ
الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿٢٠﴾

⁵¹ Johar Arifin, Wawasan A-Quran dan Sunah Tentang Pariwisata, *Jurnal An-Nur Vol.4 No. 2* (2015), h. 147.

Artinya: “Katakanlah, “Berjalanlah di bumi, maka perhatikanlah bagaimana (Allah) memulai penciptaan (makhluk), kemudian Allah menjadikan kejadian yang akhir. Sungguh, Allah Mahakuasa atas segala sesuatu.”

Dalam Al-Quran banyak dijelaskan tujuan berwisata, diantara tujuan-tujuan tersebut adalah :⁵²

- a. Menenal Sang Pencipta dan Meningkatkan Nilai Spiritual
- b. Berbisnis, membuka peluang usaha sebagai salah satu pemberdayaan potensi daerah
- c. Menambah Wawasan Keilmuan
- d. Mendapatkan Ketenangan Jiwa dan Kebersihan Hati.⁵³

Dalam pariwisata, Islam menggaris bawahi niat atau tujuan sebagai pembeda boleh atau tidaknya pariwisata tersebut. Niat atau tujuan yang amar ma'ruf nahi munkar dalam perjalanan pariwisata menjadikan berlakunya keringanan-keringanan yang diberikan Allah SWT kepada musafir. Tujuan dari ekonomi Islam adalah tujuan pengembangan, berproduksi dan menambah pemasukan Negara, syari' terkait dengan kebebasan pemutaran harta, keadilan dalam perputaran harta. Dan tujuan utamanya adalah kebahagiaan didunia dan diakhirat. Dari tujuan diatas, maka perkembangan pariwisata dalam Islam haruslah sejalan dan sesuai dengan syariat Islam yang dapat membuat

⁵² Johar Arifin, Wawasan A-Quran dan Sunah Tentang Pariwisata, *Jurnal An-Nur Vol.4 No. 2* (2015), h. 154.

⁵³ *Ibid*, h. 154-157.

semua golongan manusia tidak peduli kaya atau miskin menjadi sejahtera bukan hanya didunia tapi juga diakhirat.⁵⁴

Berdasarkan pernyataan di atas, konsep wisata Syariah yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika Syariah berhubungan dengan konsep halal dan haram dalam Islam. Halal diartikan dibenarkan, sedangkan haram diartikan dilarang.

Terdapat beberapa faktor standar pengukuran pariwisata syariah dari segi administrasi dan pengolahannya untuk semua wisatawan yang dalam hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri yaitu :

1. Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan.
2. Pemandu dan staff harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam.
3. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam.
4. Rumah makan harus mengikuti standar internasional pelayanan halal.
5. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi.
6. Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan.
7. Tempat wisata tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

⁵⁴ Lisa Putri Rahmalia, "Analisis Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Dalam Perspektif Ekonomi Islam". (Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah UIN Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2017), h. 66.

Ekonomi Islam merupakan ilmu yang luas cakupannya dan di dalamnya terkandung dasar hukum yang jelas. Oleh karena itu pengembangan pariwisata dalam perspektif ekonomi Islam harus diterapkan dilakukan dan dilakuakn dengan baik. Pengembangan pariwisata dapat dikatakan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yaitu seperti.

a. Kerja (resource utilization)

Secara umum, kerja berarti pemanfaatan sumber daya, bukan hanya pemiliknya semata. Dalam arti sempit, kerja adalah pemanfaatan atas kepemilikan sumber daya manusia. Islam memerintahkan setiap manusia untuk bekerja sepanjang hidupnya. Islam membagi waktu menjadi dua, yaitu beribadah dan bekerja mencari rizki. Jika dikaitkan dengan pengembangan pariwisata, definisi kerja sangat pas untuk dikaitkan. Karena islam mengajarkan bahwa setiap pengelolaan atau pemanfaatan sumber daya berhak untuk mendapatkan imbalan.

b. Pemerataan kesempatan (equal opportunity)

Setiap individu baik laki-laki atau wanita, muslim atau nonmuslim, memiliki kesempatan yang sama untuk memiliki, mengelola sumber daya dan menikmatinya sesuai dengan kemampuannya. Semua orang diperlakukan sama dalam memperoleh kesempatan, tidak ada perbedaan antar individu atau kelompok atau kelas dalam masyarakat.

c. Persaingan (competition)

Islam mendorong manusia untuk berlomba-lomba dalam hal ketakwaan dan kebaikan. Demikian pula dalam hal muamalah atau ekonomi, manusia didorong untuk saling berlomba dan bersaing, namun tidak saling merugikan. Dalam suatu sunnah, dijelaskan bahwa Allah sendirilah yang menetapkan harga dan manusia dilarang menetapkan harga secara sepihak. Islam memberikan kesempatan antara penjual dan pembeli untuk tawar-menawar serta melarang dilakukannya monopoli ataupun bentuk perdagangan yang berpotensi merugikan pihak lain.

d. Solidaritas (solidarity)

Solidaritas mengandung arti persaudaraan dan tolong-menolong. Persaudaraan merupakan dasar untuk memupuk hubungan yang baik sesama anggota masyarakat dalam segala aspek kehidupan, termasuk ekonomi. Persaudaraan tidak akan bermakna tanpa tolong menolong, terutama antara yang kuat dengan yang lemah, antara yang kaya dengan yang miskin. Solidaritas juga bisa dimaknai toleransi. Islam mengajarkan agar manusia bersikap toleransi atau memberikan kemudahan kepada pihak lain dalam bermuamalah.

D. Pendapatan Masyarakat

1. Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam laporan keuangan, karena dalam melaksanakan suatu aktivitas usaha, manajemen

perusahaan tentu ingin mengetahui nilai atau pendapatan yang di peroleh dalam suatu periode yang diakui sesuai dengan prinsip-prinsip yang berlaku pada umumnya. Pendapatan atau upah dapat didefinisikan dengan sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada pekerja atas jasanya sesuai perjanjian.⁵⁵

Menurut Sadono Sukirno mengemukakan pendapatan adalah penghasilan yang diterima tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima oleh suatu negara.⁵⁶ Sedangkan menurut Mardiasmo, pendapatan dengan definisi yang lebih luas merupakan setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri yang dapat dipakai untuk konsumsi atau menambah kekayaan wajib pajak yang bersangkutan dengan nama dan bentuk apapun.⁵⁷

Menurut Poerwadarminto, pendapatan adalah hasil pencarian atau memperoleh dari usaha dan bekerja. Pendapatan merupakan jumlah penghasilan yang diterima seseorang baik berupa uang atau barang yang merupakan hasil kerja atau usaha. Ada tiga kategori pendapatan yaitu:

- a. Pendapatan berupa uang yaitu penghasilan berupa uang yang sifatnya regular dan yang diterima biasanya sebagai balas jasa atau konta prestasi.

⁵⁵ M. Umer Chapra, *Isla And The Economic Challenge*. Isla Dan Tantangan Ekonomi (Penerjeah; Nur Hadi Ihsan, Rifki Amar Cet. 1, 1999), h. 361.

⁵⁶ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008), h. 384.

⁵⁷ Mardiasmo, *Perpajakan*, (Yogyakaarta: Andi, 2003), h. 109.

- b. Pendapatan berupa barang adalah segala pendapatan yang sifatnya regular dan biasa, akan tetapi selalu berbentuk balas jasa dan diterima dalam bentuk barang dan jasa.
- c. Pendapatan yang bukan merupakan pendapatan adalah segala penerimaan yang bersifat transfer redistribusi dan biasanya membuat perubahan dalam keuangan rumah tangga.

Pendapatan masyarakat adalah penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dalam satu bulan dan digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Sedangkan pendapatan dari usaha sampingan adalah pendapatan tambahan yang merupakan penerimaan lain dari luar aktivitas pokok atau pekerjaan pokok. Pendapatan sampingan yang diperoleh secara langsung dapat digunakan untuk menunjang atau menambah pendapatan pokok.⁵⁸

Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Demikian pula halnya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula.⁵⁹

Usaha meningkatkan pendapatan masyarakat dapat dilakukan dengan pemberantasan kemiskinan yaitu membina kelompok masyarakat

⁵⁸ Indah Fitriaia Munawaroh Situmeang, *Konsep Distribusi Pendapatan Dalam Sistem Ekonomi Islam Menurut Perspektif Muhammad Abdul Mannan*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018)

⁵⁹ Mahyu Danil, Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Bireuen, dalam *Jurnal Ekonomika Universitas Almuslim Bireue Aceh*, Vol. 4 No. 7, h. 9.

dapat dikembangkan dengan pemenuhan modal kerja, ketepatan dalam penggunaan modal kerja diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan usaha sesuai dengan yang diharapkan sehingga upaya peningkatan pendapatan masyarakat dapat terwujud dengan optimal.⁶⁰

2. Macam-macam Pendapatan

Beberapa klasifikasi pendapatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan pribadi, yaitu: jenis pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima penduduk suatu negara.
2. Pendapatan disposibel, yaitu: pendapatan pribadi dikurangi pajak yang harus dibayar oleh para penerima pendapatan, sisa pendapatan yang siap dibelanjakan inilah yang disebut pendapatan disposibel.
3. Pendapatan nasional, yaitu : nilai seluruh barang-barang jadi dan jasa-jasa yang diproduksi oleh suatu negara dalam satu tahun.⁶¹

Pada dasarnya jenis-jenis pendapatan dibedakan menjadi 2 jenis:

- 1) Pendapatan nasional adalah nilai barang-barang dan jasa yang dihasilkan dalam suatu Negara dan dalam suatu tahun tertentu.⁶²
 - a) *Gross National Product* (GNP), yaitu nilai barang dan jasa yang dihasilkan di dalam Negara atau diluar negeri, yang

⁶⁰ Indah Fitriaia Munawaroh Situmeang, *Konsep Distribusi Pendapatan Dalam Sistem Ekonomi Islam Menurut Perspektif Muhammad Abdul Mannan*.

⁶¹ Purnomo Budi Aryanto, *Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Masyarakat Nelayan*, (Publikasi Ilmiah Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjung Pinang, 2015), h. 7.

⁶² Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 36.

dilakukan oleh faktor-faktor produksi milik warga negara tersebut..

b) *Gross Domestic Product* (GDP), yaitu nilai barang dan jasa dalam suatu Negara yang di produksi oleh faktor-faktor produksi milik warga Negaranegara tersebut dan Negara asing.⁶³

2) Pendapatan perseorangan (personal income) adalah semua pendapatan atau penghasilan yang diperoleh seseorang dalam kegiatan ekonomi dalam waktu tertentu.

a) Pendapatan nominal adalah pendapatan yang di dapatkan dalam bentuk uang

b) Pendapatan Riil (nyata) adalah pendapatan yang dihitung dari jumlah barang yang dapat dibeli dengan pendapatan nominal.⁶⁴

3. Sumber Pendapatan

Pemenuhan kebutuhan pokok harus dilakukan lewat upaya-upaya individu itu sendiri. Penekanan kewajiban personal bagi setiap muslim untuk memperoleh penghidupannya sendiri dan keluarganya, tanpa terpenuhi kebutuhan ini, seorang muslim tidak akan dapat mempertahankan kondisi kesehatan badan dan mentalnya serta efisiensinya yang diperlukan untuk melaksanakan kewajiban ubudiyahnya.⁶⁵

⁶³ Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Teori Pengantar*, h. 61.

⁶⁴ *Ibid*, h. 351.

⁶⁵ Abdullah Zaki Al-Kaff, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h. 175.

Ibnu sina berpendapat bahwa adanya harta milik pribadi pada umumnya berasal dari dua jalan, yaitu:

1. Harta warisan, yaitu harta yang diterima dari keluarga yang meninggal.
2. Harta usaha, yaitu harta yang diperoleh dari hasil bekerja. Lain halnya dengan harta warisan, untuk memperoleh harta seseorang harus bekerja keras untuk memperoleh harta agar dapat terus hidup. Terdapat perbedaan besar antara pekerja intelektual dan pekerja kasar, pekerja terampil dengan pekerja yang tidak terampil. Akibatnya, tingkat keseimbangan pendapatan di antara mereka akan berbeda. Perbedaan pendapatan juga bisa timbul karena perbedaan keuntungan yang bukan berupa uang. Beberapa pekerjaan lebih menyenangkan dari pekerjaan lainnya. Hal ini disebutkan dalam *Surah An-Nisa Ayat 3*. Islam tidak percaya dalam persamaan yang tetap dalam distribusi kekayaan, karena menghendaki kesempatan bagi perkembangan bakat masing-masing.⁶⁶

4. Indikator Pendapatan Masyarakat

Pendapatan masyarakat sangat tergantung dari lapangan usaha, tingkat pekerjaan, tingkat pendidikan umum, produktivitas, prospek usaha, permodalan dan lain-lain. Faktor faktor tersebut menjadi penyebab perbedaan tingkat pendapatan penduduk. Indikator distribusi pendapatan yang akan memberikan petunjuk aspek pemerataan pendapatan yang telah

⁶⁶ M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), h. 117.

tercapai. Asumsi ini menjadi kajian untuk mengukur pendapatan masyarakat.

a. Usia

Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan. Umur produktif berkisar antara 15-64 tahun yang merupakan umur ideal bagi para pekerja. Di masa produktif, secara umum semakin bertambahnya umur maka pendapatan akan semakin meningkat, yang tergantung juga pada jenis pekerjaan yang dilakukan. Kekuatan fisik seseorang untuk melakukan aktivitas sangat erat kaitannya dengan umur karena bila umur seseorang telah melewati masa produktif, maka semakin menurun kekuatan fisiknya sehingga produktivitasnya pun menurun dan pendapatan juga ikut turun.⁶⁷

b. Jam Kerja

Jam waktu kerja merupakan lamanya waktu kerja yang digunakan oleh seseorang yang diukur dalam jam. Jam kerja yang digunakan berbeda-beda bagi individu yang satu dengan yang lainnya. Pada dasarnya pendapatan seseorang tergantung dari waktu atau jam kerja yang dicurahkan.

c. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan. Orang yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi akan memperoleh pendapatan yang lebih baik.

⁶⁷ Arya Dwiandana Putri, Nyoman Djinar Setiawina, *Pengaruh Umur, Pendidikan Pekerjaan Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Miskin Di Desa Bebandem*, E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayan Vol. 2, No. 4, (April 2013), h. 175.

Pendidikan menjadi wahana yang menjembatani kesenjangan antara tingkat pendidikan yang telah dicapai dengan tingkat pendidikan yang diinginkan/ dipersyaratkan untuk mencapai suatu tujuan.⁶⁸

d. Jumlah pendapatan

Pendapatan masyarakat sangat berpengaruh terhadap jumlah permintaan suatu barang. Perubahan pendapatan masyarakat mengakibatkan perubahan terhadap permintaan suatu barang. Hubungan kedua variabel itu, antara pendapatan masyarakat dengan jumlah permintaan suatu barang bergantung pada jenis dan sifat barangnya.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam merumuskan permasalahan dan menentukan judul penelitian yang akan diteliti, maka dalam penelitian ini penulis memerlukan paparan berbagai sumber penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini sebagai acuan dalam pengumpulan data yang digunakan untuk pengolahan data. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka pemikiran dengan harapan hasil penelitian dapat tersaji secara akurat dan mudah di pahami serta mengungkapkan fenomena yang sama dalam sudut pandang yang berbeda sehingga diharapkan dapat memperkaya pengetahuan. Berikut dipaparkan beberapa penelitian terdahulu yang mendukung dalam proses penelitian ini:

⁶⁸ *Ibid.*

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Agus Mulyadi dengan judul “Ananlisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Bissappu di Kabupaten Bantaeng” berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa Kawasan obyek wisata Air terjun Bissappu di Kabupaten Bantaeng cukup berpotensi untuk dilakukan pengembangan wisata, dan potensi yang terdapat di kawasan wisata yaitu kondisi tofografi yang bagus, keadaan alam yang masih terjaga, budaya, infrastruktur yang memadai seperti transportasi, air bersih, listrik dan jaringan komunikasi yang baik. Berdasarkan hasil analisis SWOT dengan perhitungan skor IFAS (kekuatan dan kelemahan) dan EFAS (peluang dan ancaman) menunjukkan nilai positif (+) sehingga strategi pengembangan objek wisata air terjun bissappu di Kabupaten Bantaeng berada pada kuadran I yaitu di antara strategi kekuatan dan peluang (SO).⁶⁹

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Siti Maisyaroh dengan judul “Analisis Pengaruh Pengembangan Pariwisata Puncak Mas Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam” berdasarlan hasil penelitian disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata mempunyai pengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat sekitar Kelurahan Sukadanaham, dengan hasil bahwa pengaruh pengembangan pariwisata terhadap peningkatan pendapatan masyarakat adalah sebesar 20,5%, sedangkan 75% dan juga dapat dikatakan sesuai dengan nilai dan prinsip dasar Ekonomi Islam yaitu;kerja(*resource*

⁶⁹ Agus Mulyadi, “Ananlisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Bissappu di Kabupaten Bantaeng”, (Skripsi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Alauddin, Makassar, 2017).

utilization), Pemerataan kesempatan (*equal opportunity*), Persaingan (*competition*), Solidaritas (*solidarity*).⁷⁰

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Ranta Diyan Palupi, Ira dan Risfandi yang berjudul “Strategi Pengembangan Wisata Bahari Desa Namu Guna Mendukung Perekonomian Masyarakat Sadar Wisata”. Berdasarkan penelitian disimpulkan bahwa Pengembangan wisata di Desa Namu lebih difokuskan kepada pemberdayaan masyarakat lokal, khususnya menjalankan roda perekonomian, yaitu memanfaatkan sumber daya yang ada dan mengoptimalkan peran pemerintah. Hal lainnya secara jangka panjang pengelolaan sampah harus menjadi fokus utama dalam pengelolaan.⁷¹

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Dedek Albasir yang berjudul “Pengembangan Objek Wisata Bukit Pangonan Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Desa Pajaresuk Pringsewu Lampung)”. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pembangunan di sektor kepariwisataan ditingkatkan dengan cara mengembangkan dan mendayaguna sumber-sumber serta potensi kepariwisataan nasional maupun daerah, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan terutama bagi masyarakat setempat. Perubahan yang banyak terjadi dalam masyarakat Desa Pajaresuk

⁷⁰ Siti Maisyaroh, “Analisis Pengaruh Pengembangan Pariwisata Puncak Mas Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam”, (Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah UIN Raden Intan Lampung, 2018).

⁷¹ Ranta Diyan Palupi, Ira dan Risfandi, “Strategi Pengembangan Wisata Bahari Desa Namu Guna Mendukung Perekonomian Masyarakat Sadar Wisata”. *Jurnal IKM*, Vol.14, No.1, (Februari 2019).

adalah adanya peluang dan kesempatan yang dimanfaatkan seperti terciptanya lapangan pekerjaan, meningkatnya pendapatan.⁷²

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Lisa Putri Rahmalia dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Dinas Pariwisata Lampung Selatan)”. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa Sektor pariwisata telah memberikan kontribusi terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Lampung Selatan, walaupun pendapatan yang bersumber dari sektor pariwisata tidak selalu meningkat jumlahnya, Hal ini ditandai dengan belum meratanya sarana dan prasarana yang ada di kawasan objek wisata sebagai penunjang untuk menarik minat para wisatawan serta belum diputuskannya kawasan strategis untuk daerah Kabupaten Lampung Selatan.⁷³

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Arfianti Nur Sa'idah dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandar Lampung”. Disimpulkan bahwa upaya pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung dapat dikatakan tidak semua terlaksana dengan maksimal baik dari segi sarana dan prasarana, maupun obyek wisatanya karena saat ini belum ada obyek wisata yang dikelola secara mandiri oleh Dinas Pariwisata

⁷² Dedek Albasir, “Pengembangan Objek Wisata Bukit Pangonan Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Desa Pajaresuk Pringsewu Lampung)”. (Skripsi Prpgram Studi Ekonomi Syariah IAIN Metro, 2019)

⁷³ Arfianti Nur Sa'idah, “Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandar Lampung”. (Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah UIN Raden Intan Lampung, 2017).

Kota Bandar Lampung melainkan dikelola secara pribadi oleh masyarakat dan obyek wisata tersebut tidak ditarik retribusinya. Namun pendapatan asli daerah (PAD) Kota Bandar Lampung tetap mengalami peningkatan karena didukung dari kontribusi sektor pariwisata berupa pajak hotel, pajak restoran, dan pajak hiburan.⁷⁴



⁷⁴ Arfianti Nur Sa'idah, "Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandar Lampung". (Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah UIN Raden Intan Lampung, 2017).

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Kaff, Abdullah Zaki. *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Anggito, Ali, and Johan Setiawan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sukabumi: CV. Jejak, 2018.
- Arifin, Johar. "Wawasan Al-Quaran dan Sunnah Tentang Pariwisata." *Jurnal An-Nur*, 2015.
- Chapra, M Umer. *Islam And The Economic Challenge, Islam Dan Tantangan Ekonomi*. Nur Hadi Ihsan, 1999.
- Danil, Mahyu. "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Bireun." *Jurnal Ekonomika Almuslim Bireun Aceh*, n.d.: 9.
- Fauziah, Yunia Ika, and Abdul Kodir Riyadi. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Muqhasid Al-syari'ah*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Griffin, Rocky W, and Ronald J. Ebert. *Bisnis, Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Hikmat, Mahi M. *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Hikmat, Mahi M., *Metode Penelitian dalam Prinsip Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Huda, Nurul. *Pemasaran Syariah; Teori dan Aplikasinya*. Depok: Kencana, 2017.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Mengelola Bisnis Secara Sehat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Kadji, Yulianto. *Metode Penelitian Adinistrasi*. Yogyakarta: Depublish, 2016.
- Kartajaya, Hermawan, and Muhammad Syakir Sula. *Syaria'ah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka, 2006.
- Maisarah. "Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Temburun di Kabupaten Kepulauan Anabas." *Jurnal Adinistrasi Publik*, n.d.: 3.
- Mannan, M Abdul. *Teori dan Praktek Ekonoi Islam*. Yogyakarta: PT. Daana Bakti Prima Yasa, 1997.
- Mardiasmo. *Perpajakan*. Yogyakarta: ANDI, 2003.

- Menefe, Janri D., and Tuty Setyorini. "Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya ." *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 2016: 104-105.
- Morissan. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Mukhsin, Dadan. "Strategi Pengembangan Kaawasan Pariwisata Gunung Galunggung (Studi pada Kecamatan Sukaraetu Kabupaten Tasikalaya)." *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, n.d.: 2.
- Muljadi, A.J. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009.
- . *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Munawar, Adib, and Nawir. *Potensi Wisata Alam Dalam Kawasan Hutan, Pemanfaatan dan Pengembangan*. Makassar: Inti Mediatama, 2019.
- Munghniyah, Jawad Muhammad. *Fiqih Lima Mazhab*. Jakarta: Lentera Basritama, 2000.
- Paluvi, Ratna Indah. "Strategi Pengembangan Wisata Bahari Desa Namu Guna Mendukung Perekonomian Masyarakat Sekitar Wisata." *Jurnal Manajemen IKM*, 2019: 9.
- Pearce, John A., and Richard B. Robinson. *Strategic Management Formulation, Implementation and Control*. New York: McGraw-Hill, 2013.
- Philip, Kolter, and A.B. Susanto. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Phillip, Kolter. *Manajemen Pemasaran Jilid II*. Jakarta: Prehallindo, 2009.
- Radiawan, Hari. *Pengembangan Ekonomi di Kawasan Pariwisata, Studi Kasus di Kawasan Danau Toba*. Sumatera Utara: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1997.
- Rai, I Gusti Bagus. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI, 2017.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisi Kasus Integred Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Sandy, Febriyan, Zainul Arifin, and Fransisca Yaningwati. "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2004.
- Sarim, and Tri Wiyana. "Pengaruh Fasilitas Pariwisata Terhadap Kunjunga Wisatawan." *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 2017.

- Siregar, Amelia Zulianti. *Strategi dan Teknik Penulisan Karya Ilmiah dan Publikasi*. Yogyakarta: Depublish, 2019.
- Sitorus, Onay Fitriana. *Buku Ajar: Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: UHAMKA, 2007.
- . *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: UHAMKA, 2007.
- Soegoto, Edi Soeryanto. *Enterpreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009.
- Spillane, James J. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Jakarta : Kanisius, 1991.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sukirno, Sadono. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2018.
- Supriadi, Bambang, and Nanny Roejinandari. *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Malang: Universitas Negeri Malang, 2017.
- Supriadi, Dedi. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Suryadana, M Liga, and Fani Octavia. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suryadana, M. Liga, and Vanny Octavia. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Alfabeta, 2015.
- Tika, Moh Pandu. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Umar, Husein. *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI, 2017.
- Wanita, Nur. "Bauran Promosi (Promotion Mix) Konvensional dalam Perspektif Bisnis Islam." *Jurnal Biancia*, 2016.
- Yulianthi. *Ilmu Sosial Dasar*. Jakarta: CV. Budi Utama, 2015.